



Домен .РФ и другие домены как эффективный инструмент продвижения. Планирование бюджета и оценка эффективности интернет-рекламы.

Алексей Данченко

Официальное представительство
REG.RU в Санкт-Петербурге
Генеральный директор
ООО «Группа Компаний «ПромоСейлз»

Доменные имена как эффективные инструменты продвижения

Выбор доменного имени.

Запоминаемость как один из способов повысить эффективность рекламы (как онлайн, так и оффлайн)

Выбор доменной зоны:

.RU, .РФ, .COM и другие (.SU, .WS, .INFO и т.д.)

Плюсы и минусы

Критерии выбора

Доменная зона .RU

Плюсы:

- Существует с апреля 1994 года
- На 27.08.11 в зоне зарегистрировано 3 403 842 доменных имен
- Четкая ассоциация с Россией

Минусы:

- Сложно найти свободное имя

Доменная зона .РФ

Плюсы:

- Работает с 12 мая 2010 года
- На 27.08.11 в зоне зарегистрировано 884 365 доменных имен
- Четкая ассоциация с Россией
- Возможность делать запоминаемые многословные домены
- Потенциально большая ёмкость доменной зоны

Минусы:

- Отсутствие полноценной поддержки почты в домене
- Требуются дополнительные действия для набора имени на нерусифицированных компьютерах

Эффективное использование доменных имен в маркетинговых и рекламных кампаниях

- В наружной рекламе
- В прессе
- Акции
- В Интернете

Влияние доменного имени на поисковую оптимизацию сайта

 .RU

 .COM, .NET, .INFO и другие наднациональные домены

 UA, EU, US и другие национальные домены

 .РФ

Защита бренда в популярных доменных зонах

- От «захватчиков» доменов
- От владельцев торговых марок, претендующих на ваш проект

Защита бренда в популярных доменных зонах

- В России
- На западе

Домен .РФ: итоги года. На что стоит обратить внимание?

Правила регистрации в доменных зонах .RU и .РФ

11 ноября 2011 года вступили в силу новые Правила регистрации доменных имен .RU и .РФ. Работа над созданием единой, принципиально новой редакции велась Координационным Центром национального домена сети Интернет с начала 2011 года с целью унификации действующих Правил в национальных доменных зонах и повышения безопасности российского доменного пространства.

Преимущества домена .РФ для пользователей и для бизнеса

Для бизнеса

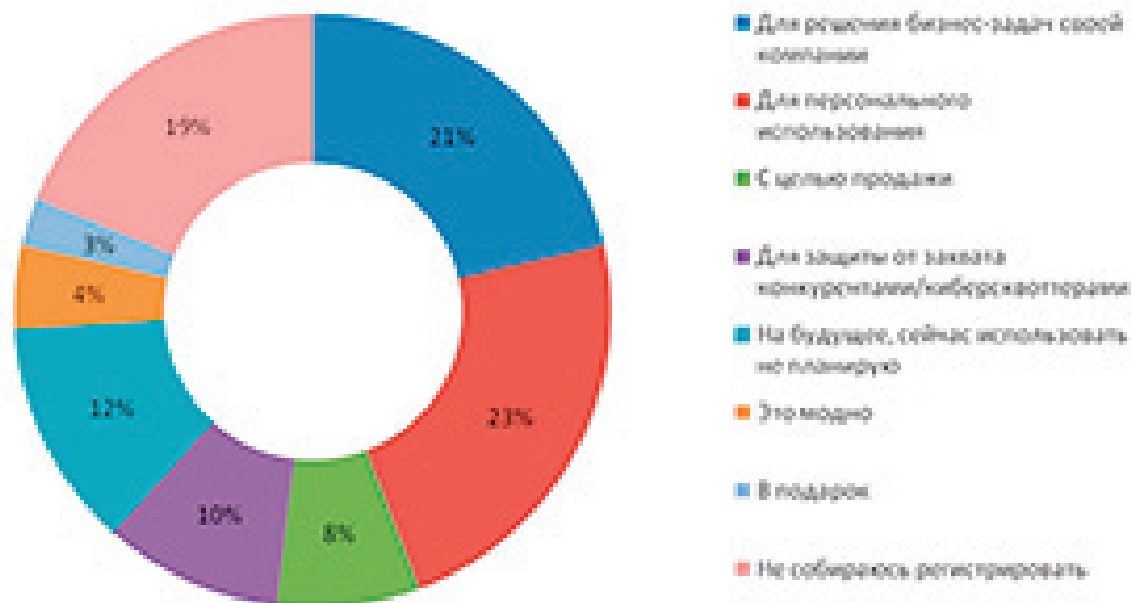
- Возможность делать многословные запоминающиеся домены;
- Большая «ёмкость» зоны;
- Существенно большая запоминаемость для не владеющих английским языком.

Для пользователей

- Проще запомнить и набрать адрес;
- Дружелюбие адреса к пользователю.

Аудитория домена .РФ сегодня

С какой целью Вы зарегистрировали
(собираетесь зарегистрировать) домен .РФ?



- Зарегистрированных доменов:
более 920 000
- Делегированных доменов:
более 625 000 (68%)
- 70%** зарегистрировано физическими лицами
- 30%** — юридическими.

Маркетинг и реклама в домене .РФ

- Яркое, запоминающееся доменное имя может стать дополнением или даже занять центральное место в маркетинговой или рекламной кампании, значительно повысив ее эффективность.
- Потенциальный клиент с большей вероятностью запомнит простое слово на русском языке с окончанием «.рф», чем англоязычный адрес или трудночитаемый транслит.

Поисковая оптимизация в домене .РФ

Настоящее

- Сайты правильно воспринимаются поисковыми машинами, к ним могут применяться стандартные сценарии продвижения.
- Большинство ссылочных бирж и других сервисов корректно работают с доменами в зоне .РФ.
- По многим запросам сайты начали выходить в топ-10 поисковой выдачи, например, «президент», «комплексная оптимизация».
- Один из плюсов — возможное вхождение поисковой фразы в доменное имя, что имеет значение, пусть и небольшое.

Поисковая оптимизация в домене .РФ

Возможное будущее

- 🏠 Повышение важности вхождения запроса в доменное имя.
- 🏠 Полная поддержка домена .РФ всеми службами, стирание технической грани между .RU и .РФ.

Перспективы проектов, созданных специально для доменов .РФ

- Чёткая ориентация на русскоязычную аудиторию. Это и плюс, и минус.
- Подходит для проектов с четкой географической ориентацией.

Например:

Идеальный вариант написания для администрации или жителей Большеколпанского сельского поселения. Наберите это латиницей :)

Планирование расходов на интернет-рекламу компании на 2012 год

Поисковая оптимизация. Что происходит и что делать?

Что происходит

Медленный вывод новых сайтов в топ-10:

- Увеличение бюджетов при отсутствии гарантии;
- Увеличение времени получения отдачи, для понимания эффективности продвижения и возврата инвестиций.

Ужесточение алгоритмов, направленное против оптимизированных сайтов:

- По коммерческим запросам в выдачи добавляются некоммерческие сайты, связанные с запросом;
- Усложнение процедуры эффективной покупки ссылок.
- Увеличение «веса» давно установленных ссылок, что идет на пользу старым проектам и существенно усложняет вывод в топ-10 новых.

Персонализация выдачи:

- Персональная выдача для пользователя в зависимости от его интересов;
- Невозможность для оптимизатора говорить о позициях с клиентом.

Как работать дальше:

- Работа с оплатой за траффик
- Работа с оплатой за результат (переходы с поиска, заказы на сайте, звонки и т.д.)
- Комбинированные схемы

Основные способы продвижения товаров и услуг в Интернете

Контекстная реклама

Наиболее известные: Яндекс.Директ, Бегун, AdWords

Основные способы продвижения товаров и услуг в Интернете

Контекстная реклама

Наиболее известные: Яндекс.Директ, Бегун, AdWords

Поисковая оптимизация

Оплата (оценка) за: позиции сайта, переходы с поисковых машин, комбинированные решения

Основные способы продвижения товаров и услуг в Интернете

Контекстная реклама

Наиболее известные: Яндекс.Директ, Бегун, AdWords

Поисковая оптимизация

Оплата (оценка) за: позиции сайта, переходы с поисковых машин, комбинированные решения

Селективная реклама

Показ рекламы определенной аудитории, исходя из ее интересов

Основные способы продвижения товаров и услуг в Интернете

Контекстная реклама

Наиболее известные: Яндекс.Директ, Бегун, AdWords

Поисковая оптимизация

Оплата (оценка) за: позиции сайта, переходы с поисковых машин, комбинированные решения

Селективная реклама

Показ рекламы определенной аудитории, исходя из ее интересов

Социальные сети

Плюс: огромная аудитория и возможность общаться с ней напрямую

Минус: нет четких параметров по работе с такой аудиторией

Основные способы продвижения товаров и услуг в Интернете

Контекстная реклама

Наиболее известные: Яндекс.Директ, Бегун, AdWords

Поисковая оптимизация

Оплата (оценка) за: позиции сайта, переходы с поисковых машин, комбинированные решения

Селективная реклама

Показ рекламы определенной аудитории, исходя из ее интересов

Социальные сети

Плюс: огромная аудитория и возможность общаться с ней напрямую

Минус: нет четких параметров по работе с такой аудиторией

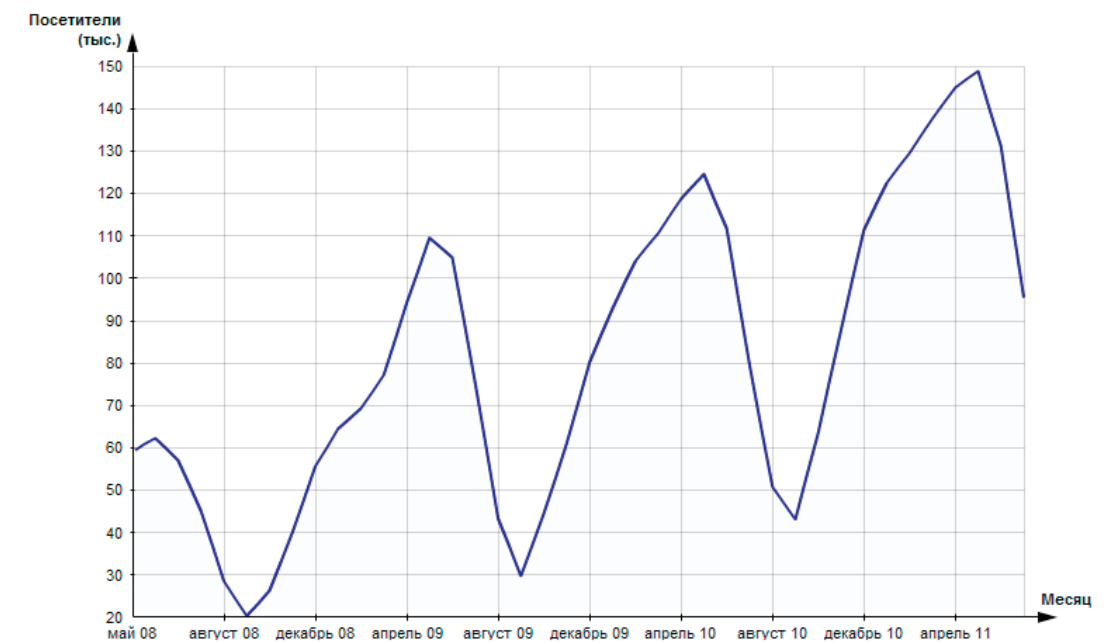
Другие способы продвижения

Магазины в социальных сетях, приложения для Android и iOS, PR в Интернете, работа с блогами и другое

Способы оценки эффективности рекламы

Простые счетчики

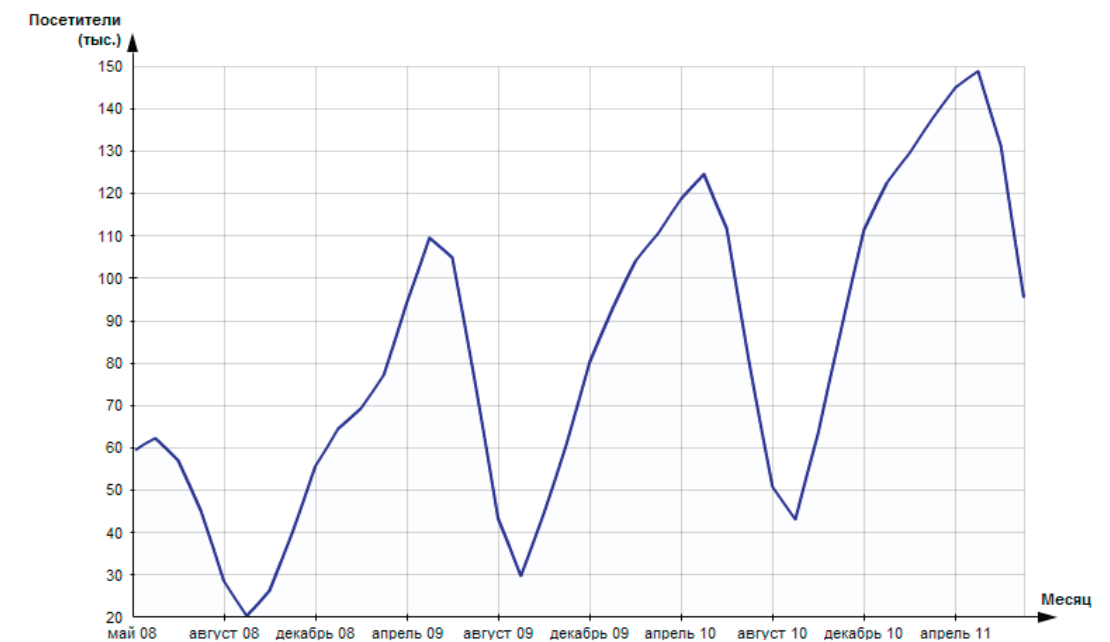
РЕЙТИНГ 134323519
 20787
4234



Способы оценки эффективности рекламы

Простые счетчики

РЕЙТИНГ 134323519
mail.ru 20787
4234

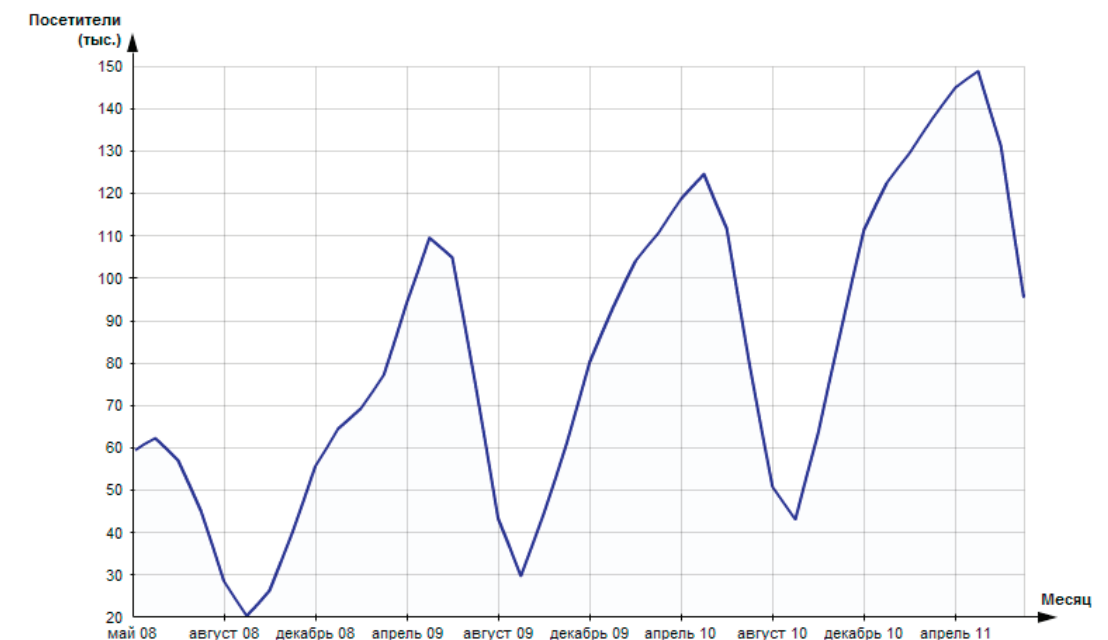


Бесплатные и качественные системы аналитики

Яндекс.Метрика, Google.Analitic

Способы оценки эффективности рекламы

Простые счетчики



Бесплатные и качественные системы аналитики

Яндекс.Метрика, Google.Analitic

Анализ звонков и обращений клиентов

Виртуальные телефонные номера, Web-чаты, формы обратной связи, CRM и другое

Анализ всех рекламных кампаний на основе анализа звонков и обращений клиентов

| Рекламный канал | Номер | Звонки | Заявки | Реклама (руб) | Сделки (руб) |
|---------------------|-----------|--------|--------|---------------|--------------|
| Яндекс.Директ Акция | 300-15-01 | 15 | 8 | 14 518 | 120 000 |
| Яндекс.Директ | 300-15-02 | 7 | 4 | 24 817 | 45 000 |
| Яндекс.Маркет | 300-15-03 | 9 | 1 | 1 411 | 65 000 |
| Поиск Яндекс | 300-15-04 | 11 | 5 | 30 000 | 10 000 |
| Поиск Google | 300-15-05 | 4 | 0 | 12 000 | 5 000 |
| AdWords | 300-15-06 | 5 | 2 | 6 487 | 15 000 |

Как не упустить ни одного клиента?

Что делать, если при входящем звонке номер занят, никто не отвечает или звонок произошел в нерабочее время?

- Перевод звонка на сотовый менеджера
- Перевод звонка в Call-центр как попытка сделать из него заявку

Как не упустить ни одного клиента?

«Забутые» письма и заявки?

- Использование CRM систем
- Интеграция CRM системы с телефонией и обращениям с сайта

Планирование и прогнозы на 2012 год

- Рост рынка
- Цены на рекламу и продвижение
- Новые и устаревшие инструменты

Планирование рекламы

- Контекстная реклама
- Поисковая оптимизация
- Баннерная (имиджевая) реклама
- Селективная реклама
- Социальные сети
- PR и блоги
- Скрытые и явные возможности собственных ресурсов



Простые и понятные инструменты продвижения.

Использование доменного имени в рекламных и маркетинговых кампаниях.

Оценка эффективности рекламной кампании.

Вопросы

Алексей Данченко

Официальное представительство

REG.RU в Санкт-Петербурге

Генеральный директор

ООО «Группа Компаний «ПромоСейлз»